

**MANAJEMEN PEMASARAN
JASA PENDIDIKAN SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN
BATUR JAYA 1 CEPER**



Dususun sebagai salah satu syarat menyelesaikan Program Studi Strata II
pada Program Studi Magister Administrasi Pendidikan
Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta

Oleh :

SUKIDI
Q 100 160 033

**PROGRAM STUDI MAGISTER ADMINISTRASI PENDIDIKAN
SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
TAHUN 2019**

HALAMAN PERSETUJUAN

**MANAJEMEN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN
SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN
BATUR JAYA 1 CEPER**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

SUKIDI

Q 100 160 033

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing I



Dr. Wafrotur Rohmah, MM.

NIDN. 06-0811-5701

HALAMAN PERSETUJUAN

**MANAJEMEN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN
SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN
BATUR JAYA 1 CEPER**

PUBLIKASI ILMIAH

Oleh :

SUKIDI

Q 100 160 033

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji oleh:

Dosen Pembimbing II

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Tjipto Subadi', is written over a horizontal line.

Prof. Dr. Tjipto Subadi, M.Si.

NIDN. 06-0706-5302

HALAMAN PENGESAHAN

**MANAJEMEN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN
SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN
BATUR JAYA 1 CEPER**

Oleh :

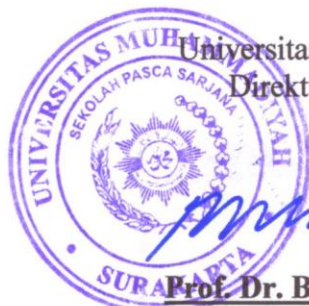
SUKIDI

Q 100 160 033

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
Program Studi Magister Administrasi Pendidikan
Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta
Pada hari Selasa, 22 Januari 2019 dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Dewan Penguji:

1. **Dr. Wafrotur Rohmah, MM.** (.....) (Ketua Dewan Penguji)
2. **Prof. Dr. Tjipto Subadi, M.Si.** (.....) (Anggota I Dewan Penguji)
3. **Dr. Djalal Fuadi, MM.** (.....) (Anggota II Dewan Penguji)



Universitas Muhammadiyah Surakarta
Direktur Sekolah Pascasarjana

Prof. Dr. Bambang Sumarjo, M.Pd.

NIP/NIDN. 19620514 198503 1 003 / 00-1405-6201

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Publikasi Ilmiah ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali secara tertulis diacu dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka. Apabila kelak terbukti ada ketidakbenaran dalam pernyataan saya di atas, maka akan saya pertanggungjawabkan sepenuhnya.

Surakarta, 30 Januari 2019

Penulis



SUKIDI

Q 100 160 033

**MANAJEMEN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN
SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN
BATUR JAYA 1 CEPER**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan penerimaan peserta didik baru di SMK Batur Jaya 1 Ceper, untuk meningkatkan jumlah animo calon peserta didik baru di SMK Batur Jaya 1 Ceper Klaten yang meliputi; 1) Perencanaan pemasaran jasa pendidikan penerimaan peserta didik baru, 2) Pengorganisasian pemasaran jasa pendidikan penerimaan peserta didik baru, 3) Pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan penerimaan peserta didik baru, 4) Evaluasi pemasaran jasa pendidikan penerimaan peserta didik baru. Jenis penelitian ini adalah kualitatif etnographi yang mengambil lokasi di SMK Batur Jaya 1 Ceper. Sumber data diperoleh dari informan, peristiwa dan dokumen. Informan dalam penelitian ini adalah Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah bidang kesiswaan, Ketua Panitia penerimaan peserta didik baru, siswa, guru, maupun wali murid. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model interaktif dengan langkah-langkah tanya jawab dan penjelasan dari nara sumber, selanjutnya dilakukan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dengan menggunakan triangulasi sumber data dan metode. Hasil penelitian dapat dikemukakan berikut ini: 1) Perencanaan pemasaran jasa pendidikan dalam penerimaan peserta didik baru di SMK Batur Jaya 1 Ceper, sudah dilakukan oleh Kepala Sekolah dibantu Wakil Kepala Sekolah Bidang Kesiswaan sesuai dengan Juknis dan prosedur penerimaan peserta didik baru, dengan mempertimbangkan daya tampung kelas untuk setiap Program Keahlian. 2) Pengorganisasian pemasaran jasa pendidikan dalam penerimaan peserta didik baru, yaitu dengan pembentukan Panitia penerimaan peserta didik baru melalui Surat Keputusan Kepala Sekolah yang memuat uraian tugas (*Job Discriptions*) masing-masing tim. 3) Pelaksanaan pemasaran jasa pendidikan penerimaan peserta didik baru, dengan melakukan publikasi ke Sekolah Menengah Pertama dan masyarakat, melalui tryout, brosur, spanduk dan penyiaran di radio. 4) Evaluasi pemasaran jasa pendidikan penerimaan peserta didik baru dilakukan dengan mengidentifikasi kelebihan dan kekurangan strategi dan prosedur yang telah diterapkan oleh panitia penerimaan peserta didik baru.

Kata Kunci: pemasaran, jasa, pendidikan, peserta didik baru

ABSTRACT

This study aims to describe the Marketing Management of New Student Education Services at Batur Jaya 1 Ceper Vocational School, to increase the number of new prospective students' interest in Batur Jaya 1 Ceper Klaten Vocational School which includes; 1) Marketing planning for new student education services, 2) Organizing marketing for new student admissions education services, 3) Implementing marketing

for new student admissions education services, 4) Evaluating marketing for new student admissions education services. The type of this research is qualitative ethnography that takes place at Batur Jaya 1 Vocational School, Ceper. Data sources are obtained from informants, events and documents. The informants in this study were the Principal, Deputy Principal for Student Affairs, Chairperson of the new Student Admission Committee, students, teachers, and guardians of students. Data collection techniques in this study by interview, observation and documentation. The data analysis technique uses an interactive discussion model with question and answer steps and explanations from the resource person, then data reduction, data presentation and conclusion are carried out. The validity of the data using triangulation of data sources and methods. The results of the study can be stated as follows: 1) Marketing planning of education services in new student admissions in Batur Jaya Vocational School 1 Ceper, has been carried out by the Principal assisted by Deputy Principal for Student Affairs in accordance with Technical Guidelines and new student admission procedures, taking into account capacity class for each Expertise Program. 2) Organizing the marketing of educational services in new student admissions, namely by establishing a new student admissions committee through a Principal's Decree which contains Job Descriptions for each team. 3) The marketing of new student admissions education services, by publicizing junior high schools and the public, through tryouts, brochures, banners and broadcasting on the radio. 4) The marketing evaluation of new student acceptance education services is done by identifying the advantages and disadvantages of the strategies and procedures that have been implemented by the new student admissions committee.

Keywords: marketing, services, education, new students.

1. PENDAHULUAN

Merujuk pada peraturan menteri pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia nomor 17 tahun 2017 tentang penerimaan peserta didik baru pada tingkat pendidikan Taman Kanak-kanak, Sekolah Dasar, Sekolah Menengah Pertama, Sekolah Menengah Atas, dan Sekolah Menengah Kejuruan, ataupun bentuk pendidikan lain yang sederajat pada tahun pelajaran 2016/2017 yaitu dalam pengelolaan sistem penerimaan peserta didik baru diperlukan komponen-komponen yang terkait mencakup kebijakan, kriteria, prosedur, pembentukan panitia, biaya pendaftaran, daya tampung, pengumuman hasil seleksi, daftar ulang, perpindahan/mutasi peserta didik dan pelaporan serta evaluasi pelaksanaan penerimaan peserta didik baru. Pada tahapan pelaksanaan penerimaan peserta didik baru tingkat Sekolah Menengah Kejuruan, Untuk sekolah negeri bahwa pihak dinas pendidikan dan kebudayaan memiliki kewenangan meregulasi pelaksanaan kegiatan penerimaan peserta didik baru dan menentukan kriteria calon peserta didik baru yang

diterima di masing-masing sekolah berdasarkan nilai UAN dan tambahan nilai dari piagam kejuaraan yang dimiliki calon peserta didik baru.

Penerimaan peserta didik baru merupakan salah satu program kegiatan sekolah dan termasuk dalam perencanaan peserta didik dalam lingkup manajemen peserta didik. Imron (2011), mengemukakan bahwa perencanaan peserta didik adalah suatu aktivitas memikirkan di muka tentang hal-hal yang harus dilakukan berkenaan dengan peserta didik di sekolah, baik sejak peserta didik akan memasuki sekolah maupun mereka akan lulus dari sekolah. Sebagai sekolah swasta, SMK Batur Jaya 1 diberi kesempatan untuk menyelenggarakan dan mengatur kegiatan serta kriteria calon peserta didik baru yang dibutuhkan. Perencanaan peserta didik memuat tentang strategi apa yang digunakan, kebijakan yang diambil, program seperti apa yang dilaksanakan, metode apa yang digunakan, tahapan-tahapan yang harus dilakukan, berapa perhitungan biayanya serta menetapkan standar yang dianggap sebagai bentuk keberhasilan. Sagala (2002: 46), menyatakan perencanaan meliputi kegiatan menetapkan apa yang ingin dicapai, bagaimana mencapainya, berapa lama, berapa orang yang diperlukan dan berapa banyak biaya yang dibutuhkan. Seperti yang biasa dilakukan setiap sekolah, penerimaan peserta didik baru merupakan salah satu program sekolah setiap tahunnya. Tugas kegiatan tersebut pada umumnya kewenangan didelegasikan kepada Wakil Kepala Sekolah Bidang Kesiswaan. Pendelegasian tugas penerimaan peserta didik baru tersebut tidak terlepas dari kewenangan Kepala Sekolah dalam membimbing, mengarahkan, dan mengawasi. Untuk menunjang ketercapaian kegiatan tersebut diperlukan pengelolaan yang baik, mencakup empat komponen dasar yaitu perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi. Sesuai dengan pernyataan Terry (Manullang, 2008: 8), yang mengemukakan “fungsi pokok manajemen yaitu perencanaan (*planning*), pengorganisasian (*organizing*), penggerakan (*actuating*), dan pengawasan (*controlling*)”.

Philip Kotler (2004), mengemukakan bahwa pemasaran jasa pendidikan merupakan suatu kegiatan atau proses sosial yang dilakukan secara manajerial, baik dilakukan oleh individu atau secara kelompok, untuk mendapatkan hasil sesuai yang dibutuhkan dan diinginkan oleh lembaga pendidikan melalui bentuk penawaran dengan pihak lain yang berkepentingan. Pengertian lain secara khusus dalam

marketing pendidikan. Subtansi pendidikan adalah suatu produk jasa yang dihasilkan dari lembaga pendidikan yang cenderung bersifat non profit, sehingga hasil dari proses pendidikan adalah tidak serta merta tampak. Untuk menghayati lebih dalam tentang pemasaran pendidikan maka harus mengenal terlebih dahulu pengertian, karakteristik jasa dan konsep pemasaran sehingga penerapan konsep pemasaran pendidikan berada pada kondisi yang tepat sesuai dengan nilai dan sifat dari pendidikan itu sendiri. Lebih lanjut John R. Silber (dalam Buchari, 2005), mengemukakan bahwa *“in another sense, marketing ethics deal with avoiding the dubiously legitimized dishonesties of some commercial advertising and we should hope that institutions are supplied with the qualities of intellect and characters as well.”* Mengandung pengertian bahwa etika pemasaran dalam dunia pendidikan adalah menawarkan kualitas layanan intelektual dan pembentukan sikap, perilaku dan karakter secara menyeluruh.

Penelitian yang dilakukan Afidatun Khasanah (2015), dengan judul Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di SD Alam Baturraden, mendeskripsikan bahwa melalui pemasaran pendidikan, peningkatan mutu dapat memberikan berbagai manfaat bagi lembaga pendidikan baik bagi konsumen pendidikan maupun *income* dan *output* lembaga pendidikan tersebut. Sebagai Sekolah Menengah Kejuruan yang berstatus swasta, SMK Batur Jaya 1 Ceper selalu menerapkan sistem penerimaan Peserta Didik Baru berdasarkan kriteria minat, pengetahuan, ketrampilan dan bina lingkungan dengan memperhatikan prioritas bagi calon peserta didik baru dalam segi sosial ekonomi dan prestasi. Kendala yang dihadapi dalam penerapan sistem diatas antara lain kuota kebutuhan peserta didik / daya tampung dapat terpenuhi, tetapi dari sisi kualitas akademis dan *attitude* belum bisa dicapai. Selain itu pada Program Keahlian tertentu mengalami konsentrasi animo yang tinggi, sementara pada Program Keahlian tertentu mengalami konsentrasi animo yang rendah.

Muhamad Halim Kusuma (2016), dalam penelitiannya yang berjudul Strategi Pemasaran Penerimaan Peserta Didik Baru Di SMK Muhammadiyah 2 Jatinom Klaten menyimpulkan bahwa: 1) Perencanaan strategi pemasaran penerimaan peserta didik baru di SMK Muhammadiyah 2 Jatinom Klaten diawali dengan menyelenggarakan pertemuan dan melakukan koordinasi kepala sekolah dan guru

untuk menentukan rencana penerimaan siswa baru. Pada pertemuan tersebut, kepala sekolah menyusun rencana kegiatan, kepanitian dan pelaksanaan penerimaan peserta didik baru. Pertemuan tersebut melibatkan waka kesiswaan, waka sarpras, waka humas, guru BP, kepala-kepala program dan beberapa guru mapel. 2) Pada pelaksanaan target perolehan siswa baru, jumlah siswa yang diterima disesuaikan dengan kuota atau daya tampung ruang kelas yang dimiliki sekolah. Penetapan target perolehan siswa baru kepala sekolah melakukan koordinasi kepada kepala-kepala program, serta menggali persepsi masyarakat terhadap keunggulan masing-masing program. 3) Keunggulan strategi pemasaran penerimaan peserta didik baru yang digunakan adalah promosi SMK melalui publikasi langsung dengan melakukan kunjungan ke SMP/ MTs dan *try out* UNAS kelas IX SMP serta publikasi tidak langsung menggunakan media elektronik dan media cetak yaitu brosur dan radio. SMK Batur Jaya 1 adalah salah satu sekolah swasta yang biaya operasionalnya banyak tergantung dari swadaya yang digali dari masyarakat atau wali murid. Untuk mempertahankan eksistensi dan meningkatkan pertumbuhan SMK Batur Jaya 1 Ceper, perlu meningkatkan potensi segala aspek mulai dari Sarana Prasarana, Sumber daya manusia, maupun jumlah siswa. Selain itu SMK Batur Jaya 1 Ceper didirikan oleh Yayasan Roudlotush Sholihin yang berorientasi sosial dan dakwah melalui pendidikan, sehingga dalam penerimaan peserta didik barupun berusaha menerima siswa semaksimal mungkin sesuai daya tampung ruang yang ada.

Berdasarkan berbagai permasalahan yang dikemukakan, peneliti merasa sangat perlu melakukan penelitian mengenai “Manajemen Pemasaran Jasa Pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan Batur Jaya 1 Ceper”. Penelitian ini bertujuan untuk mendiskripsikan perencanaan pemasaran jasa pendidikan Penerimaan Peserta Didik Baru Sekolah Menengah Kejuruan Batur Jaya 1 Ceper, pelaksanaan Pemasaran Jasa Pendidikan Penerimaan Peserta Didik Baru Sekolah Menengah Kejuruan Batur Jaya 1 Ceper, dan evaluasi yang dilakukan dalam Pemasaran Jasa Pendidikan Penerimaan Peserta Didik Baru Sekolah Menengah Kejuruan Batur Jaya 1 Ceper. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk memberikan informasi secara obyektif terkait proses manajemen yang dilakukan mulai dari tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan dan evaluasi yang diterapkan, sehingga dapat dipergunakan sebagai upaya meningkatkan mutu sekolah

terutama berkaitan dengan penerimaan peserta didik baru di SMK Batur Jaya 1 Ceper.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Desain penelitian ini menggunakan desain etnografi. Menurut (Sugiyono, 2012: 15), desain etnografi ditujukan untuk melakukan studi suatu kelompok masyarakat secara alami untuk mempelajari dan memperoleh gambaran perihal satu kenyataan atau menguji jalinan pada kenyataan yang sudah ada atau sudah berlangsung pada subjek. Pengumpulan data melalui teknik wawancara mendalam, sesuai dalam IJCIET (*International Journal Of Civil Engineering and Technology*) dijelaskan bahwa *The research was conducted in two stages, i.e. first order followed by second order. The first order of understanding (asking for researchers interviewed people to find accurate information) and understanding of second order (explain and interpret the results of the interview to elaborate on new meaning* (Tjipto Subadi ; 2018). Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi informan, perilaku (informan), tempat kejadian, peristiwa, aktifitas dan dokumentasi (Moleong, 2006: 157). Sumber data berupa informan yaitu : Kepala Sekolah, Wakil Kepala Sekolah Bidang Kesiswaan, Panitia Penerimaan Peserta Didik Baru, Guru ataupun Karyawan, Calon Peserta Didik, Calon Wali Peserta Didik dan Masyarakat. Teknik analisis data yang penulis terapkan adalah menggunakan model interaktif dengan langkah-langkah tanya jawab dan penjelasan-penjelasan dari nara sumber, selanjutnya dilakukan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan, sesuai yang dikemukakan Bogdan & Biklen (dalam Sugiyono, 2012), yaitu upaya analisis data data dengan mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensintesiskanya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain. Keabsahan data dengan menggunakan triangulasi sumber data dan metode.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang penulis lakukan di SMK Batur Jaya 1 Ceper yang membahas tentang Manajemen Pemasaran Sekolah Menengah Kejuruan Batur Jaya 1 Ceper, bahwa PPDB di laksanakan oleh suatu kepanitiaan yang personilnya

merupakan SDM yang berpengalaman berdasarkan penugasan yang diterima pada penyelenggaraan tahun sebelumnya. Tugas dan fungsinya disesuaikan dengan latar belakang kompetensi yang dimiliki oleh masing-masing personil. Tugas pokok dan fungsi masing-masing personil dalam kepanitiaan telah ditetapkan dalam *job discription* yang tercantum pada SK pembentukan panitia, meskipun pembentukan Panitia terlalu mepet dengan pelaksanaan PPDB. Rincian anggaran untuk pelaksanaan PPDB sudah dianggarkan sebelumnya dalam program kerja sekolah. Proses kegiatan penerimaan peserta didik baru di Sekolah Menengah Kejuruan Batur Jaya 1 Ceper diawali dengan publikasi, selanjutnya alur pelaksanaan PPDB adalah pengambilan formulir pendaftaran, pengisian formulir, tes observasi calon peserta didik baru (tes wawancara dan tertulis), tes wawancara orang tua/ wali murid dan pengumuman hasil PPDB. Publikasi dilaksanakan dengan berdasarkan identifikasi tempat publikasi dan penjadwalan petugas publikasi. Setelah Panitia menyampaikan permohonan ke SMP untuk mendapatkan ijin melakukan publikasi, petugas publikasi dapat melakukan publikasi setelah mendapatkan jawaban kesediaan publikasi di SMP yang bersangkutan dan mendapatkan Surat Tugas dari Kepala SMK Batur Jayay1 Ceper. Sistem penerimaan peserta didik baru di SMK Batur Jaya 1 Ceper menggunakan beberapa metode yaitu, sistem regular dan sistem one day service. Sistem regular adalah antara pendaftaran, tes seleksi/wawancara dan pengumuman dilaksanakan dalam hari yang berbeda. Sedangkan untuk program keahlian tertentu (Program Keahlian TIPTL dan TPL) menerapkan sistem one day service yang pelaksanaannya dalam satu kegiatan pada satu hari tertentu. Kegiatan evaluasi dilakukan setelah proses penerimaan siswa baru berakhir dan menjelang memasuki tahun ajaran baru. Evaluasi disampaikan oleh Kepala Sekolah berdasarkan pelaksanaan dan laporan dari panitia PPDB. Kegiatan evaluasi bertujuan untuk memperbaiki kekurangan-kekurangan selama proses pemasaran hingga penerimaan siswa baru, selain itu juga sebagai pemetakan jumlah rombel tahun ajaran berikutnya 2018/2019

Menurut pendapat peneliti berkaitan dengan temuan tersebut adalah kegiatan pemasaran jasa pendidikan dalam rangka penerimaan peserta didik baru di SMK Batur Jaya 1 Ceper telah memenuhi tahapan-tahapan mulai dari perencanaan yang dibuktikan adanya pembagian tata kerja dan penyusunan kepanitiaan PPDB.

Pengorganisasian sudah dijalankan oleh kepala sekolah ditunjukkan adanya job diskription masing-masing personil panitia. Dalam pelaksanaan Pemasaran sampai dengan proses penerimaan peserta didik baru telah mengikuti jadwal yang ditetapkan. Setelah selesai kegiatan PPDB SMK Batur Jaya 1 sudah melakukan evaluasi. Terdapat beberapa catatan untuk peningkatan mutu penyelenggaraan sebagai berikut Agar dimungkinkan hasil yang di dapatkan unggul dan efektif dalam menjaring peserta didik baru, sekolah perlu menggunakan kebijakan publikasi dengan *marketing mix*, yaitu strategi pemasaran penerimaan peserta didik baru yang menerapkan kegiatan promosi melalui berbagai media dan metode. Metode yang dipergunakan dapat melalui publikasi langsung ataupun tidak langsung, pada metode langsung sekolah melakukan kunjungan terhadap calon peserta didik secara langsung ke beberapa SMP/MTs. Sejalan dengan penelitian dari Gajic (2012) bahwa instrumen yang terefisien pada suatu komunikasi terhadap sasaran publik yaitu presentasi di beberapa sekolah. Melalui kegiatan kunjungan langsung ke SMP/ MTs, calon peserta didik memperoleh informasi secara langsung dari pihak SMK terkait dengan gambaran umum sekolah sehingga calon peserta didik menjadi lebih tertarik karena mendapatkan informasi langsung dari SMK. Metode tidak langsung yang diterapkan diantaranya yaitu baliho, brosur, poster, spanduk, acara pameran atau gelar budaya, *try out*, dan iklan di radio. Sedangkan media publikasi yang dipergunakan yaitu media elektronik dan media cetak. Strategi pemasaran promosi sekolah di sini memiliki tujuan guna menyampaikan citra positif dari SMK, hal ini diperkuat dengan hasil penelitian dari Li & Hung (2009) dimana pengelola sekolah bisa memanfaatkan strategi pemasaran guna memberikan peningkatan citra sekolah yang gilirannya memberikan arah bagi orang tua terhadap sekolah pilihan. Sehingga bisa dinyatakan bahwa media publikasi yang dipergunakan sebagai media promosi penerimaan peserta didik baru bisa memberikan pengaruh anggapan masyarakat khususnya orang tua terhadap citra yang disampaikan sekolah. Media publikasi yang dianggap efektif dan efisien oleh SMK yaitu brosur dan radio. Penelitian dari Nicolescu (2009) menjelaskan jenis aktivitas pemasaran yang kerap kali ditemukan pada suatu perguruan tinggi yaitu kuatnya promosi dan komunikasi kepada calon siswa, dan salah satu media promosi yang biasa digunakan adalah brosur dan radio. Alasan yang bisa diberikan dari pemilihan brosur ini adalah bahwa media brosur mempunyai

keunggulan sebagai media publikasi yang sederhana, tanpa basa-basi, sesuai keinginan dan murah serta mudah diingat. Brosur adalah suatu lembaran yang biasa dipergunakan sebagai alat mengenalkan suatu lembaga. Begitu juga SMK, sekolah juga dapat mempergunakan brosur guna mempromosikan dan mengenalkan SMK terhadap masyarakat luas. Brosur yang biasanya disebarakan mendekati awal tahun pelajaran ini memuat mengenai waktu dan prosedur pendaftaran penerimaan peserta didik baru, disertai kelengkapan informasi adanya kesediaan beberapa fasilitas, muatan kurikulum, aktivitas ekstrakurikuler, mutu tenaga pendidik, akreditasi sekolah dan beberapa keunggulan SMK dengan kemasan yang menarik. Sementara pemilihan radio untuk media publikasi lainnya sebab pihak SMK memiliki stasiun radio sendiri sehingga dapat dipertimbangkan untuk memperkecil biaya yang dibelanjakan sekolah pada aktivitas promosi penerimaan peserta didik baru. Pada saat mempromosikan SMK di radio, diberikan informasi beberapa program, prestasi dan keunggulan SMK, waktu, serta syarat dan prosedur pendaftaran calon peserta didik baru di SMK ini. Strategi pemasaran jasa pendidikan dalam penerimaan peserta didik baru melalui promosi yang dijelaskan di atas harus selalu memperhatikan faktor efisien dan efektif, diperlihatkan melalui upaya dalam menghemat biaya dan waktu berdasarkan tujuan yang dicapai diantaranya menarik, dan tidak mudah dilupakan. Seperti yang disampaikan oleh Sallis (2008: 227-228) terdapat tiga pilihan strategi pemasaran, yaitu rendahnya strategi biaya. Strategi ini memberikan tuntutan suatu organisasi agar menjadi lembaga pendidikan yang mempunyai biaya yang terendah di dalam pasar pendidikan. Hal ini bisa dilaksanakan dengan mempergunakan teknologi, penghematan waktu, pengawasan yang ketat terhadap biaya, dan lain sebagainya. Strategi promosi sederhana yang juga sangat efektif dan efisien adalah promosi dari mulut ke mulut, atau dalam bahasa marketing dikenal dengan istilah *word of mouth* (WOM). Promosi semacam ini lahir dari kepuasan konsumen. Apabila orang tua siswa telah merasa puas dengan program sekolah, kualitas guru, fasilitas dan prestasi-prestasi yang diperoleh sekolah maka dengan sendirinya para orang tua siswa tersebut secara suka rela membicarakannya ke saudara, tetangga atau kenalan barunya. Hal tersebut merupakan suatu reputasi dan pelayanan sekolah yang dapat memberikan daya tarik ke masyarakat. Sekolah dengan kualitas lebih baik dari sekolah lain akan mempunyai relawan-relawan

promosi yang banyak karena setiap orang tua siswa akan menceritakan secara tidak langsung ikut mempromosikan sekolah tempat anaknya bersekolah secara berkesinambungan tidak hanya ketika waktu PPDB. Selain melalui orangtua, siswa biasanya melakukan promosi dari mulut ke mulut yang dilakukan pula oleh alumni yang telah memperoleh kesuksesan ditempat kerja. Semakin banyak alumni yang berhasil, maka semakin banyak pula jaringan promosi untuk sekolah. Berdasarkan penelaahan kondisi diatas, untuk mengoptimalkan hasil pemasaran jasa pendidikan, sangat penting memanfaatkan komunitas alumni yang ada di sekolah untuk menjadi duta promosi ke sekolah-sekolah tempatnya dulu bersekolah. Senantiasa melibatkan alumni saat melakukan kunjungan promosi bersama ke SMP/MTs sekolah asalnya dulu.

Pengaturan rencana publikasi penerimaan peserta didik baru. Sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Sagala (2009: 56) bahwa perencanaan adalah proses memikirkan dan menetapkan kegiatan-kegiatan atau program-program yang akan dilakukan pada masa yang akan datang untuk mencapai tujuan tertentu. Pada proses perencanaan publikasi penerimaan peserta didik baru yang diperlihatkan pada temuan penelitian disesuaikan dengan kuota siswa yang perlu diterima pada tiap-tiap program dan kuota pada tiap-tiap program perlu diputuskan sesuai dengan daya tampung pada tiap-tiap program. Penunjukkan Wakil kepala bagian humas dan guru yang berkaitan dengan kepanitiaan ini adaah satu dari bagian unsur personal pada strategi pemasaran penerimaan peserta didik baru. Sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Alma (2005: 115-120) bahwa satu dari bagian unsur strategi pemasaran yaitu *people*, adalah berhubungan dengan tingkah laku komponen pemimpin dan karyawan atau tenaga pendidik di suatu sekolah sebagai *service provide*. Pada perencanaan publikasi penerimaan peserta didik baru yaitu melakukan pendataan beberapa sekolah yang memiliki potensi sebagai tujuan pemasaran, sesuai teori yang disampaikan Oktavian (2005: 113-114) menyebutkan bahwa satu dari beberapa langkah aktivitas dalam manajemen pemasaran sekolah yaitu menentukan target pasar.

Aktivitas lainnya yang dilaksanakan adalah pada saat menentukan daya tampung yaitu (1) melakukan perencanaan jumlah peserta didik yang hendak diterima. Daya tampung peserta didik berdasarkan jumlah kelas yang tersedia

dengan rasio siswa dan guru, (2) melakukan penyusunan program kegiatan kesiswaan. Penyusunan program kegiatan untuk peserta didik perlu didasarkan pada: (a) visi dan misi lembaga pendidikan, (b) minat dan bakat, (c) sarana dan prasarana, (d) anggaran yang tersedia, (e) tenaga kependidikan yang tersedia. Sebelum panitia memulai menjalankan tugasnya berdasarkan tugas dan fungsi pokok dari masing-masing panitia, diadakan rapat koordinasi yang diikuti oleh semua panitia PPDB yang diprakarsai oleh Ketua Panitia. Pada pertemuan tersebut Kepala Sekolah juga hadir untuk memberikan arahan-arahan dan memfasilitasi segala sesuatunya untuk kelancaran pelaksanaan PPDB.

Tahapan selanjutnya adalah pelaksanaan kegiatan dimulai dari Sosialisasi program, publikasi ke masyarakat dan sekolah SMP/MTs, pembagian tugas sesuai *job description* yang termuat dalam Surat Keputusan Kepala Sekolah meliputi pendaftaran, seleksi, rapat pleno hasil seleksi dan pengumuman Penerimaan Peserta Didik Baru dilaksanakan berdasarkan agenda yang telah tersusun. Dalam proses kegiatan Pemasaran jasa pendidikan dalam penerimaan peserta didik baru di Sekolah Menengah Kejuruan Batur Jaya 1 Ceper sesuai dengan yang dinyatakan oleh **Zeithaml dan Bitner (2013:20)** bahwa proses penyelenggaraan jasa pendidikan merupakan bagian pokok dari seluruh pendidikan, kualitas dalam seluruh elemen yang menunjang proses pendidikan menjadi bagian yang sangat penting untuk menentukan keberhasilan proses pembelajaran sekaligus sebagai bahan evaluasi terhadap pengelolaan lembaga pendidikan dan citra yang terbentuk akan memberikan nilai lebih dalam merekrut pelanggan pendidikan. Secara sederhana dapat digambarkan sebagai berikut:

Evaluasi pemasaran jasa pendidikan Penerimaan Peserta Didik Baru Sekolah Menengah Kejuruan Batur Jaya 1 Ceper dilakukan untuk mengetahui apakah semua program yang menjadi strategi pemasaran baik metode, media dan penjadwalan petugas publikasi serta promosi sekolah yang dilakukan sudah terlaksana dengan baik atau belum. Djanaid (1986:65) dalam teorinya menyebutkan tahapan penilaian dimaksudkan untuk mencocokkan sampai dimana program atau rencana yang telah ditentukan dirasakan penilaian mengenai (1) apakah semua program dapat dilaksanakan sepenuhnya, (2) apa kesulitan yang dihadapi di dalam semua kegiatan, (3) apakah pesan yang disampaikan sesuai dengan intruksi, (4) apakah kegiatan yang

dilakukan sudah efisien dan (5) apakah tujuan dalam merebut *public opinion* dapat tercapai. Evaluasi ini nantinya akan menjadi acuan untuk menetapkan rencana baru yang lebih efektif dan efisien sebagai strategi pemasaran jasa pendidikan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan bahwa: Perencanaan manajemen pemasaran jasa pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan penerimaan peserta didik baru di SMK Batur Jaya Jawa 1 Cepur Klaten diawali dengan adanya koordinasi yang diselenggarakan oleh Kepala Sekolah bersama beberapa Wakil Kepala Sekolah dan bidang-bidang yang terkait dengan penerimaan peserta didik baru. Diantara bidang-bidang tersebut adalah Wakil kepala sekolah bidang kesiswaan, Wakil kepala sekolah bidang sarpras, Wakil kepala sekolah bidang humas, koordinator guru BP, kepala-kepala program keahlian dan beberapa guru mapel yang ditunjuk. Kegiatan koordinasi meliputi penyusunan jadwal rencana kegiatan, anggaran kegiatan, daya tampung, metode pemasaran, persyaratan pendaftaran, tata cara pendaftaran, dan ketentuan-ketentuan terkait dengan sistem seleksi serta pengumuman hasil seleksi.

Pengorganisasian yang dilakukan oleh Kepala Sekolah adalah dengan menyusun struktur kepanitiaan yang terdiri dari Kepala Sekolah sebagai penanggung jawab, Wakil Kepala Sekolah bidang kesiswaan sebagai ketua panitia, dibantu oleh sekretaris dan bendahara yang dijabat oleh guru yang ditunjuk kepala sekolah dan beberapa koordinator yaitu; seksi publikasi/humas dijabat oleh wakil kepala sekolah bidang humas, seksi pendaftaran dijabat oleh guru yang ditunjuk, seksi seleksi dijabat oleh guru yang ditunjuk, dan beberapa pembantu umum yang personilnya meliputi karyawan. Kepanitiaan beranggotakan beberapa guru mata pelajaran dan staf tata usaha terutama yang berhubungan dengan administrasi. Bentuk pengorganisasian selanjutnya adalah dengan melakukan koordinasi penyampaian pembagian tugas masing-masing anggota panitia agar kegiatan pemasaran jasa pendidikan di SMK Batur Jaya 1 Cepur berjalan lancar sesuai target yang ditentukan.

Pada pelaksanaan penerimaan peserta didik baru, target perolehan peserta didik baru yang diterima disesuaikan dengan kuota atau daya tampung ruang kelas dan

ruang praktik yang dimiliki sekolah. Selain bersama unsur yang ada di sekolah, Penetapan target perolehan peserta didik baru, Kepala Sekolah melakukan penggalan persepsi masyarakat terhadap keunggulan masing-masing program keahlian. Keunggulan manajemen pemasaran jasa pendidikan SMK dalam penerima peserta didik baru yang digunakan adalah promosi SMK melalui publikasi langsung dengan melakukan kunjungan ke SMP/ MTs dan *try out* UNAS kelas III SMP serta publikasi tidak langsung menggunakan media cetak dan media elektronik yaitu brosur, pamflet spanduk dan radio. Strategi publikasi yang juga diterapkan sangat efektif dan efisien adalah promosi dari mulut ke mulut, atau dalam bahasa marketing dikenal dengan istilah *word of mouth* (WOM), yaitu publikasi melalui siswa, para guru dan karyawan untuk bisa menyampaikannya kepada masyarakat disekitar tempat tinggalnya.

Pada Tahapan Evaluasi meliputi ; evaluasi tentang (1) program mana yang dapat dilaksanakan sepenuhnya dan tidak dapat dilaksanakan sepenuhnya, (2) kesulitan yang dihadapi di dalam masing-masing kegiatan, (3) prosentasi kegiatan yang dapat direalisasikan sesuai dengan intruksi, (4) efektifitas dan efisiensi masing-masing kegiatan yang dilakukan dan (5) ketercapaian tujuan dalam merebut *public opinion*.

IMPLIKASI TINDAK LANJUT

Berdasarkan simpulan di atas, maka penelitian mengenai manajemen pemasaran jasa pendidikan Sekolah Menengah Kejuruan memiliki implikasi sebagai berikut: Perencanaan pemasaran pada penerimaan peserta didik baru sangat penting dilakukan dengan mempersiapkan sumber daya dan prasarana yang memadai. Penyusunan petunjuk teknis dan petunjuk pelaksanaan sangat diperlukan dimaksudkan sebagai pedoman kegiatan agar kegiatan berjalan lancar dan sesuai tujuan dari pemasaran jasa pendidikan dalam hal penerimaan peserta didik baru. Agar informasi dapat diterima dan difahami oleh semua unsur dalam kepanitiaan dan semua warga sekolah, maka sangat penting dilakukan sosialisasi program dan kegiatan penerimaan peserta didik baru ke semua warga sekolah. Pengorganisasian dalam kegiatan pemasaran jasa pendidikan pada penerimaan peserta didik baru berdasarkan hasil penelitian ini adalah pembentukan struktur kepanitiaan. Panitia perlu dibentuk guna

mendistribusikan personal sesuai dengan uraian tugas yang harus dilaksanakan oleh masing-masing anggota panitia. Sesuai dengan teori yang disampaikan sebelumnya bahwa pembagian tugas dan pekerjaan dilakukan agar tidak terjadi tumpang tindih kegiatan dari masing-masing anggota panitia satu dengan lainnya. Tahapan selanjutnya adalah dengan melakukan koordinasi penyampaian pembagian tugas masing-masing anggota panitia dan pelatihan kepada anggota panitia agar kegiatan pemasaran jasa pendidikan di SMK Batur Jaya 1 Ceper berjalan lancar sesuai target yang ditentukan.

Tindak lanjut dari perencanaan dan pengorganisasian adalah pelaksanaan Publikasi ke masyarakat dan sekolah-sekolah tingkat SMP/MTs dengan beberapa metode yaitu presentasi, trayout bagi siswa SMP/Mts kelas IX, pemasangan spanduk, penyebaran brosur, dan penyiaran di stasiun radio. Informasi yang efektif dalam menarik minat calon peserta didik pada penyelenggaraan penerimaan peserta didik baru meliputi fasilitas belajar mengajar yang memadai dimiliki sekolah, prestasi yang dicapai siswa dan pendidik, penyaluran lulusan ke beberapa perusahaan ternama, program beasiswa yang ditawarkan, program keahlian yang dibuka, daya tampung masing-masing program keahlian dan tata cara pendaftaran peserta didik baru di SMK Batur Jaya 1 Ceper. Tahapan publikasi tersebut sesuai dengan kajian teori dan penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa sosialisasi merupakan bentuk promosi yang dilakukan oleh sekolah guna memperoleh minat dari calon peserta didik.

Alur pelaksanaan PPDB adalah pengambilan formulir pendaftaran, pengisian formulir, tes observasi calon peserta didik baru (tes wawancara dan tertulis), tes wawancara orang tua/ wali murid dan pengumuman hasil PPDB. Publikasi dilaksanakan dengan berdasarkan identifikasi tempat publikasi dan penjadwalan petugas publikasi. Setelah Panitia menyampaikan permohonan ke SMP untuk mendapatkan ijin melakukan publikasi, petugas publikasi dapat melakukan publikasi setelah mendapatkan jawaban kesediaan publikasi di SMP yang bersangkutan dan mendapatkan Surat Tugas dari Kepala SMK Batur Jayay1 Ceper. Sistem penerimaan peserta didik baru di SMK Batur Jaya 1 Ceper menggunakan sistem reguler dan sistem one day service. Sistem reguler adalah antara pendaftaran, tes seleksi/wawancara dan pengumuman dilaksanakan dalam hari yang berbeda.

Sedangkan untuk program keahlian tertentu (Program Keahlian TIPTL dan TPL) menerapkan sistem one day service yang pelaksanaannya dalam satu kegiatan pada satu hari tertentu.

Evaluasi yang diterapkan SMK Batur Jaya 1 Ceper meliputi ; evaluasi tentang ketercapaian masing-masing program kegiatan, kesulitan yang dihadapi di dalam masing-masing kegiatan, prosentasi kegiatan yang dapat direalisasikan sesuai dengan intruksi, efektifitas dan efisiensi masing-masing kegiatan yang dilakukan dan ketercapaian tujuan dalam merebut *public opinion*.

PERSANTUNAN

Dalam penyusunan Laporan Penelitian ini, tentunya penulis mendapatkan bimbingan, arahan, koreksi dan saran dari berbagai pihak, untuk itu rasa terima kasih yang sedalam-dalamnya kami sampaikan kepada yang terhormat : Prof. Dr. Utama, M.Pd., Ketua Program Studi Magister Administrasi Pendidikan Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan dorongan sehingga penulis dapat menyelesaikan studi. Dr. Wafrotur Rohmah, MM. dan Prof. Dr. Tjipto Subadi, M.Si., Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan bimbingan dan arahan sehingga tesis ini terselesaikan dengan baik. Bapak Nurdiyanto, S.Pd. Kepala Sekolah SMK Batur Jaya 1 Ceper sebagai tempat penelitian yang telah memberikan izin dan kesempatan guna memperoleh data yang diperlukan. Kepada para nara sumber yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah meluangkan waktu dan bersedia membantu memberikan keterangan-keterangan serta dokumen yang diperlukan. Kepada pimpinan perpustakaan Sekolah Pascasarjana dan Perpustakaan pusat Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan fasilitas dan referensi dalam penyelesaian studi kepustakaan. Segenap Bapak dan Ibu Dosen Sekolah Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu dan atas segala bimbingannya. Tidak lupa kepada rekan-rekan sejawat serta teman-teman mahasiswa Pascasarjana yang telah banyak memberikan masukan dan motivasi untuk kelancaran penyusunan tesis ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Afidatun Khasanah, (2015). *Pemasaran Jasa Pendidikan Sebagai Strategi Peningkatan Mutu Di SD Alam Baturraden*. Semarang: eL-Tarbawi Volume VIII, No.2, 2015
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Buchari Alma, (2006). *Pemasaran dan Pemasaran Jasa* . Bandung: Alfabeta
- Fahrurrozi, (2014). *Efektivitas Strategi Product, Promotion, Price dalam Meningkatkan Image Sekolah dan Loyalitas Orang Tua Siswa PAUD (Studi Pada Lembaga Pendidikan Anak Usia Dini Islam Kota Semarang*. Semarang: <http://eprints.walisongo.ac.id/id/eprint/3941>. (diakses tanggal 19 Februari 2017).
- Gajic, Jelena. (2012). *Importance of Marketing Mix in Higher Education Institutions*. Singidunum Journal 2012, 9 (1): 29-41 ISSN 2217-8090.
- Manullang, (2008), *Dasar-Dasar Manajemen*, Yogyakarta: Ghalia Indonesia (GI)
- Moleong, j, Lexy. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Muhamad Halim Kusuma, (2016). *Strategi Pemasaran Penerimaan Peserta Didik Baru Di SMK Muhammadiyah 2 Jatinom Klaten*. Surakarta: <http://eprints.ums.ac.id/id/eprint/41849>. (diakses tanggal 22 Februari 2017)
- Nicolescu, Lumini a. (2009). *Applying Marketing To Higher Education: Scope And Limits*. Management & Marketing, Vol. 4, No. 2, pp. 35-44.
- Sallis, Edward. (2008). *Total Quality Management in Education Manajemen Mutu Pendidikan*. Jogjakarta: IRCiSoD
- Sugiyono.(2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Tjipto Subadi, Rita Pramujianti Khotimah, Sri Sutarni, (2013), *A Lesson Study as a Development Model of Professional Teachers*, Vol. 5, No. 2, ISSN 1948-5476. <http://www.macrothink.org/journal/index.php/ije/article/view/3831>
- Tjipto Subadi, (2016), *A Development Model of Lesson Study-Based Science Teachers at Muhammadiyah Schools in Sukoharjo Regency, Central Java, Indonesia*, Research on The Social Sciences, Vol.11 (24) 5919-5927, 2016, ISSN: 1818-5800 (Scoopus) <https://www.medwelljournals.com/abstract/?doi=ssscience.2016.5919.5927>
- Tjipto Subadi, (2018), *Being Workers In Malaysia: Strategy Of Rural Communities In Dealing With Poverty And Education*, Research on International Journal of Civil Engineering and Technology (IJCET), Vol. 9 1585-1591, ISSN Print: 0976-6308 and ISSN Online: 0976-6316 (Scoopus).
<https://www.iaeme.com/MasterAdmin/uploadfolder/IJCET-09-11-154/IJCET-09-11-154.pdf>